LA TRIBUNE N° 123 - Mars - Avril 2003

Cartes des immatriculations VDL 2002 pages 20-21

www.la-dica.com

La Tribune

Magazine bimestriel de la DICA

Mars - Avril 2003 - N° 123

PODIUM

Coleman la "clim", un marché de niche

UNIVERSITÉS D'HIVER

Réflexion sur le management au pays des chevaliers

LA LETTRE DE La Tribune

- *Juridique : mode d'emploi*
- *Sociale :*
  - *Temps de travail : assouplissement des 35 h*
  - *Dernières modifications sociales*
  - *La formation professionnelle pour 2003*
  - *La guerre aux risques professionnels*
- *Commerciale : du nouveau sur l'amiante !*
- *Repères, chiffres clés*

L'ENQUÊTE

La remorque : une affaire de spécialistes

Malte, 23 au 26 janvier 2003

Réflexion sur le management au pays des chevaliers

Il n'est pas indispensable de partir sous les tropiques pour réussir un séminaire professionnel et attirer un nombre conséquent de participants. Pour preuve, les 6èmes universités d'hiver de la Dica, organisées sur l'île de Malte à la fin janvier et qui ont permis, dans un cadre d'exception, des échanges d'une grande qualité.

Après le sable du désert et les alizées des Caraïbes, les Universités d'hiver se sont tenues dans un cadre moins exotique mais tout aussi dépaysant, celui de l'Ile de Malte, une terre chargée d'histoire et un cadre idéal pour débattre et réfléchir sur les divers aspects du management d'entreprise. Pour cette sixième édition d'une formule toujours très prisée des distributeurs qui ont à cœur de se remettre en question, les organisateurs accueillaient 26 participants, issus d'horizons divers (groupements, enseignes, indépendants) et motivés par cette formation dont le thème était "Conduire et animer son équipe dans une concession de véhicules de loisirs".

Un programme touristique haut en couleurs...

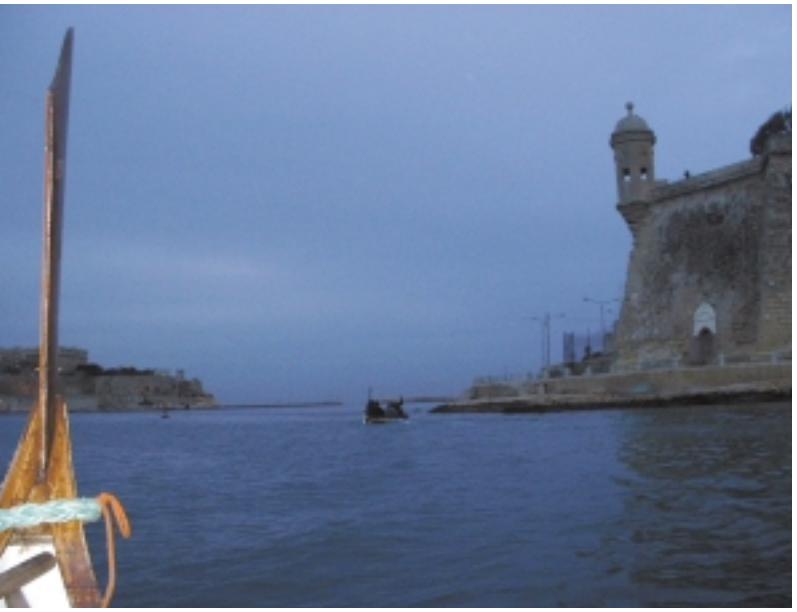
L'île de Malte vaut assurément le détour. Elle occupe en effet une position stratégique au cœur de la Méditerranée et depuis plusieurs milliers d'années de nombreuses civilisations s'y sont succédées, laissant à chaque fois leur empreinte. C'est à la découverte des secrets et des richesses maltaises que nos participants se sont intéressés dès leur arrivée à La Valette. La visite du site où les chevaliers de l'Ordre de Saint Jean de Jérusalem se sont installés ou la balade dans la vieille ville de Mdina, cité médiévale et ancienne capitale de Malte, ont permis une plongée dans l'histoire de ce pays qui a su préserver au fil des siècles ses plus belles pierres.

Et c'est précisément au cœur de cette vieille ville, dans le merveilleux palais "Xara Palace" qu'a pu séjourner notre trentaine de professionnels. Un environnement d'une qualité rare qui constituait un cadre idéal le lendemain pour une première matinée de travail dans l'atrium du palais, suivie les deux jours après de multiples rencontres alternant des visites étonnantes comme celle de la Cathédrale Saint Jean, église conventuelle des chevaliers (400 d'entre eux y sont enterrés et des chants privés ont accompagné la visite du lieu par nos distributeurs) ou encore celle du marché de Rabat offrant un mélange bigarré de cultures orientale et occidentale.

... et un programme professionnel non moins passionnant

Avec trois matinées de travail et deux après-midi également consacrées à la formation, l'aspect professionnel de ce séminaire l'a toutefois franchement emporté sur le ludique et les sorties culturelles. Le thème proposé par l'équipe Claracom " conduire et animer son équipe dans une concession de véhicules de loisirs" a vivement intéressé les chefs d'entreprise présents à Malte.

Les objectifs visés par le séminaire entendaient répondre aux interrogations des managers et responsables commerciaux sur les aspects suivants : les critères fondamentaux de management d'une équipe, l'appréhension des différents profils composant l'équipe afin d'en



A la découverte du plus grand port naturel d'Europe.

Clara Georges en consultation privée...

...et en assemblée plénière.

Le Xara Palace, un palais pour théâtre des 6èmes Universités.

Le thème des 6èmes Universités d'hiver : "Conduire et

renforcer la cohésion, l'élaboration d'une stratégie de "conduite d'équipe, l'utilisation de méthodes spécifiques de communication, l'attitude à adopter pour faire face à la résolution de problèmes et au final, revoir les clés d'un leadership applicable au quotidien dans une concession de véhicule de loisirs. Mais pour être un parfait manager, il faut déjà apprendre à se connaître. Selon les grands traits du caractère de chacun et les principales caractéristiques de sa personnalité, il est possible de dresser un profil type, dit "type psychologique" qui s'appréhende selon la méthode du MBTI.

Le MBTI est construit sur quatre dimensions principales (l'énergie, la perception, la décision, le style de vie), elles-mêmes définies par des pôles opposés (extraversion, introversion, sensation ou intuition, pensée ou sentiment, jugement ou perception). Grâce à une table des types, les formateurs ont pu rapidement, à l'occasion de la première journée de travail, définir le "caractère type" de chaque participant. Les différents types psychologiques obtenus selon le MBTI permettent ensuite de dresser cinq portraits de managers, cinq portraits de collaborateurs et cinq manières de diriger en fonction de son équipe et des objectifs déterminés.

"Performer" ses capacités...

Trouver son style, c'est essentiel, tout en assurant sa relation positive de chef d'entreprise, mais il faut connaître certaines clés pour parvenir à faire évoluer son style personnel de manager vers celui de "leader". Ce fut l'objet de la seconde réunion, toujours organisée dans le cadre idyllique de l'hôtel maltais Xara Palace, par ailleurs membre de la chaîne Relais et Châteaux.

Une approche en finesse pour définir son propre style de leadership, tout en ayant une influence positive sur son équipe et en fixant avec justesse les objectifs de l'entreprise en sachant évaluer au quotidien les performances réalisées.
Le renforcement de la cohésion des équipes, indispensable à l'obtention de résultats, a été le thème de la troisième demi-journée de réflexion, au travers de l'analyse du fonctionnement d'un groupe et des principaux processus d'adhésion et de motivation que le chef d'entreprise peut mettre en œuvre. Une approche qui s'est faite avant tout dans le concept propre aux PME.

Un chœur à l'attention des seuls universitaires : un grand moment d'émotion.

Des moyens de transport variés !

Des jeux... à vocation éducative.

Maryse Favre, Curioz Loisirs, avec Philippe Letelu, Cofica-C.U.

animer son équipe dans une concession de véhicules de loisirs".

Les ateliers suivants ont porté sur des questions très précises comme le fonctionnement des individus à l'intérieur d'une équipe en fonction de leur rôle propre au sein de l'entreprise.

Des exemples concrets ont été développés comme les postes touchant à la vente, au SAV ou encore à l'administratif. Enfin, la dernière demi-journée s'est voulue particulièrement concrète puisqu'elle concernait la stratégie de communication. Comment communiquer en interne pour plus de performances, comment fédérer les collaborateurs autour d'une image commune de l'entreprise, voilà des interrogations auxquelles ont été apportées des réponses précises et des pistes qui permettront certainement à la plupart des participants de faire évoluer leur comportement et leur stratégie dans le management de leur concession.

Si vous venez de lire le résumé des sixièmes universités d'hiver et que vous ne faisiez pas partie des participants, vous vous dites probablement que vous avez raté quelque chose et vous avez doublement raison !

Doublement, car sur le plan touristique, cette destination valait le détour tout en offrant un cadre de travail exceptionnel. Quant à l'aspect professionnel de ces universités, force est de constater que les réunions de travail ont passionné les concessionnaires présents et leur ont fourni des clés pour être demain des managers encore plus efficaces. Alors, pourquoi ne pas prévoir déjà dans vos tablettes de participer à l'édition 2003 des universités d'hiver ? ●

Ils sont aux côtés des distributeurs de VDL ...

Ce grand rendez-vous annuel organisé par la DICA réunit des professionnels très motivés et favorise l'échange et le contact indispensables à la réussite des affaires. Pour parvenir à offrir aux participants un tel niveau de prestations et un hébergement de grande qualité, propice à un cadre de travail efficace, le soutien de nos principaux partenaires reste incontournable. Nous tenons ici à remercier Cofica-C.U., parrain de cette manifestation depuis l'origine, mais aussi IRM, Dometic et les Editions Larivière pour leur soutien actif et leurs actions en faveur de la profession et de ses initiatives.

QUESTIONS DE PRIX...

En matière de commerce, les prix sont libres depuis le 1er janvier 1987. En revanche, le consommateur doit être parfaitement informé des tarifs avant de réaliser un achat ou de faire effectuer une prestation, ce qui implique que les entreprises doivent respecter des règles strictes de transparence. Rappel des principales obligations pour rester en phase avec la loi.

Il y a quelques années les pratiques commerciales répondaient à des règles morales et des accords verbaux qui n'ont plus cours aujourd'hui. En effet, suite à de fréquents litiges, le législateur a dû intervenir pour formaliser les rapports entre les prestataires et les clients. C'est ainsi que désormais tous les prix doivent être affichés afin que le consommateur puisse les comparer en toute objectivité. Si chacun sait que le magasin d'accessoires ne doit comporter que des articles clairement étiquetés, les prestations d'atelier et de dépannage doivent être, elles aussi, tarifées d'une façon précise et portées à la connaissance des clients sous forme d'affichage. En effet, l'article L 113-3 du code de la consommation indique que *"Le professionnel doit informer les consommateurs sur le prix des produits et services, les limitations éventuelles de sa responsabilité contractuelle et les conditions particulières de la vente"*. Le simple fait de ne pas afficher de façon visible, dans le périmètre d'accueil des clients, vos tarifications et conditions d'intervention peut vous valoir de lourdes amendes. D'ailleurs, les services de la direction départementale de la répression des fraudes et de la consommation, sont habilités à venir inopinément contrôler vos concessions pour constater si vous respectez bien les règles d'affichage des prix.

Il va s'en dire que les tarifications exposées doivent être claires et ne pas comporter de pièges susceptibles de générer des litiges, en particulier sur les prix forfaitaires qui doivent préciser si l'offre comprend non seulement le produit utilisé mais aussi sa mise en œuvre. En outre, le prix des pièces et des fournitures, ainsi que le détail des opérations nécessaires à l'exécution du forfait, doivent pouvoir être consultés par le client.
A priori, selon la disposition de vos locaux, l'affichage doit être placé de façon visible à l'entrée de l'établissement et dans l'espace réservé à l'accueil de la clientèle. Ces panneaux doivent être lisibles et les sommes indiquées doivent préciser des prix toutes taxes comprises (TTC).

Quant à l'affichage du taux horaire de main d'œuvre, il doit être indiqué par famille d'intervention. Il faut en effet préciser à quelle nature d'opération il correspond : mécanique, entretien de cellule, carrosserie, électricité, etc. En outre, il est nécessaire d'indiquer le mode de calcul utilisé, en particulier si vous travaillez "au temps passé" ou si vous exécutez la tâche selon un barème de temps préétabli. Ce peut être le cas pour la pose d'un accessoire, le changement d'un réfrigérateur ou la réalisation de travaux mécaniques sur le porteur, par exemple.
Par ailleurs, avant toute intervention, un client peut vous réclamer un devis qui doit préciser les mêmes éléments qui permettront d'établir la facture. Une fois accepté et dûment signé, ce document engage les deux parties et devient contractuel. En principe, l'établissement d'un devis est gratuit, mais rien ne vous empêche de le faire payer si bon vous semble, à condition évidemment d'en avertir préalablement le client. A cet égard, si le devis est une opération habituellement payante dans votre entreprise, n'omettez pas de l'indiquer sur les panneaux d'affichage des prix.
Cependant, cette démarche n'exclut pas d'établir un ordre de réparation, en bonne et due forme, pour chaque véhicule qui rentre dans votre atelier. Ce document signé par le client est un engagement qui peut éviter bien des litiges en cas de contestations sur les travaux effectués.
De plus, pour toutes prestations dépassant 15,24 euros TTC, vous devez obligatoirement établir une facture détaillée qui doit comporter les coordonnées de votre entreprise, la date de rédaction ainsi que la date et le lieu d'exécution des travaux réalisés. En outre, ce document doit indiquer en détail la quantité et le prix unitaire des pièces détachées et des prestations. Enfin, le montant à payer doit apparaître hors taxes et toutes taxes comprises.

Reste un point important, qui engage votre responsabilité professionnelle. Vous ne devez pas en effet effectuer un changement de pièce sans l'accord du client. Or, lors d'une intervention vous pouvez déceler une anomalie grave telle qu'une fuite de gaz par exemple. Dans ce cas, vous devez impérativement vous couvrir en signalant clairement le défaut par écrit sur la facture et l'éventuel danger qu'il est susceptible d'impliquer.
Ces quelques règles sont simples et faciles à mettre en œuvre. Elles peuvent vous éviter bien des déconvenues. De surcroît, cette saine pratique commerciale sera appréciée par la clientèle qui a souvent tendance à se plaindre du manque de transparence rencontré lors d'interventions dans les ateliers. ●

Preben Rosager

Coleman : la "clim"... un marché de niche

C'est au début du siècle dernier qu'un jeune américain décida de se lancer dans la fabrication de lampes-tempête au Kansas. Après la 2e guerre mondiale la société Coleman va s'imposer sur le marché dedu plein air et va diversifier sa production dans le domaine de la climatisation. Aujourd'hui, l'entreprise 3 P France distribue les climatiseurs de cette marque prestigieuse qui rencontre un franc succès pour sa fiabilité et sa robustesse.

Quand Coleman décide de commercialiser ses produits en France, le fabricant américain propose une palette de produits liés au monde du plein air dont notamment du matériel de camping, des skis nautiques, des canoës et des conditionneurs d'air. Sa filiale en France fructifie rapidement et est renforcée par l'arrivée en 1981 d'un nouveau directeur commercial, Preben Rosager.

L'équipe française déjà constituée d'un directeur général, d'une secrétaire et d'un représentant doit continuer à développer les ventes de climatiseurs et commercialise aussi l'ensemble du programme de la société Coleman.

Mais rapidement la conjoncture s'assombrit avec une brusque montée du dollar. A 5,00 F en 1981, il passe à 10,00 F quatre ans plus tard. Avec ces taux de change prohibitifs, le matériel ne passe plus au niveau des prix sur le marché français. Coleman ne va donc pas tarder à réagir et ferme sa filiale française en 1986. C'est l'Allemagne qui provisoirement servira le marché Européen.

Création de 3P France

En 1989, Coleman qui est une affaire à capital familial est victime d'un rachat et est démantelée. La division climatiseur est alors reprise par ces propres cadres. La nouvelle société qui se dénomme RVP réussit lors de la négociation à conserver l'appellation commerciale de Coleman. RVP décide alors de mettre en place une nouvelle structure sur la France avec la collaboration de Preben Rosager. Celui-ci connaît bien le marché français. En effet, arrivé dans l'Hexagone pour le compte d'une société de location de voitures de luxe implantée à Paris, Preben Rosager après 3 ans de service, est sollicité par une autre entreprise danoise – Combi Camp qui fabrique des caravanes pliantes – pour mettre en place un réseau de concessionnaires.

C'est au cours de cette expérience professionnelle qu'il parcourera les routes de France de long en large et qu'il s'attachera à notre pays. En outre, à cette occasion, il va acquérir une solide culture des marchés des véhicules de loisirs.

En 1987, Preben Rosager a créé une SARL qu'il transformera au fil des temps en SA à capital uniquement familial, en vue notamment de diffuser les produits Coleman. Il est donc le candidat idéal pour restructurer un réseau de commercialisation pour RVP.

En 1987, Preben Rosager crée une SARL qu'il transformera au fil des temps en SA à capital uniquement familial, en vue de diffuser les climatiseurs Coleman. Il organise sa distribution autour d'une petite équipe constituée de deux secrétaires, de son épouse Inge qui s'occupe de la comptabilité et de son fils Carsten qui l'épaule dans sa tâche commerciale. Quant au transport et au stockage, pour ne pas alourdir son affaire, il les sous-traite à une société spécialisée en logistique à Aulnay-sous-Bois. Ainsi, avec des structures très souples, sa petite entreprise fort bien organisée dispose d'une forte capacité et de temps de réponses très courts pour servir les clients. "*Nous avons limité volontairement la dimension de la société afin de limiter les coûts et parce que nous avons fait le choix de ne distribuer que par l'intermédiaire de grossistes, dont notamment Narbonne Accessoires,* précise Preben Rosager. *En effet, les Américains ne veulent pas devenir partenaires d'un réseau de distribution directe qui mobiliserait trop de force et ne permettrait plus d'être compétitif au niveau des prix. Pour eux, l'Europe n'est pas encore bien structurée en terme de marché et donc les volumes ne sont pas suffisamment importants pour qu'ils acceptent de s'investir sur le plan marketing dans la distribution. Enfin, il ne faut pas perdre de vue que nous ne commercialisons qu'une seule famille de produits et qu'il serait trop onéreux d'intervenir sur les distributeurs.*"

Service après-vente

Il est vrai que l'Europe manque encore d'harmonisation. D'ailleurs 3P France, la société de Preben Rosager, intervient ponctuellement dans les pays voisins, parfois avec le statut d'exportateur, parfois en simple revendeur. A l'export, la situation commerciale est floue et s'adapte un peu au cas par cas. Quoiqu'il en soit, seule compte l'efficacité et 3P France dispose de stocks importants qui permettent largement de répondre à la demande européenne quant il le faut.
Par ailleurs, dans le domaine du climatiseur, le SAV est quasiment inexistant. *"Nous avons moins de 1 % de retour en garantie*, souligne Preben Rosager. *Notre gamme se limite à trois modèles extrêmement fiables et solides. C'est là où réside notre force. Cependant, nous sommes en contact avec des frigoristes locaux qui peuvent intervenir très rapidement si un problème d'après-vente survenait tant en France que dans les pays européens dans lesquels nous distribuons. En outre, nous disposons à Saint-Ouen-l'Aumône d'un important stock de pièces détachées permettant de faire face à toutes les demandes."*

Canaux de distribution

Dans le secteur du conditionneur d'air, il est vrai que la marque Coleman a fait sa réputation par la fiabilité de son matériel. Ce qui caractérise ce grand constructeur, qui produit plus de 200 000 appareils par an, est d'avoir acquis un véritable savoir-faire dans la fabrication de climatiseurs embarqués, ne craignant ni les chocs, ni les phénomènes vibratoires. C'est la raison pour laquelle ces produits se montrent si performants dans le domaine du camping-car et de la caravane. Mais la société 3P France ne se contente pas du marché des véhicules de loisirs. Une grande part de son chiffre d'affaires est réalisée dans le secteur industriel et semi-industriel. D'ailleurs, Preben Rosager traite avec la plupart des grands carrossiers et sur les marchés de première monte. Les climatiseurs Coleman équipent un grand nombre de camions atelier, camions bibliothèque, camions de Télévision mobile, les wagons de dépannage SNCF, les cabines de grue, etc. Partout où le matériel domestique se montre trop fragile, les climatiseurs Coleman apportent une solution.

Un marché qui se développe

Bien que tous ces secteurs soient porteurs et en développement – 3P France affiche en effet une augmentation sur ses marchés de la climatisation embarquée de près de 25 % par an – Preben Rosager dispose d'une autre corde à son arc. Il produit via une société soeur des sacs isothermes qu'il commercialise auprès de la grande distribution, dans toute l'Europe. Et cette activité représente 75 % de son chiffre d'affaires. Mais ces excellents résultats ne l'empêchent pas de rester très attentif à l'activité véhicules de loisirs dans laquelle il fonde beaucoup d'espoir. Il pense en effet que ce marché doit encore se développer dans les années à venir. En revanche, après avoir analysé le secteur du mobile-home, il regrette que son matériel ne soit pas des plus adaptés pour ces habitats qui ne subissent pas de contraintes. Les climatiseurs domestiques apparaissent donc suffisants pour ce types d'installations qui ne se déplacent pratiquement pas et ne produisent pas de vibrations intempestives. Reste pour lui le camping-car, qui s'avère un marché encore très ouvert. Mais, il faudra que les habitudes évoluent car la climatisation embarquée requiert toujours, pour être efficace, un raccordement au réseau 220 volts ou un branchement sur un groupe électrogène. La véritable production de froid en 12 volts n'existe toujours pas et ne semble pas prête à arriver sur le marché. Seule, pour l'heure, l'esthétique des appareils évoluent. D'ailleurs, à cet égard, les prochains climatiseurs Coleman se présenteront avec des lignes plus fluides et plus agréables à l'œil. De surcroît, ils seront encore plus robustes. ●

> **"Dans le domaine du climatiseur, le SAV est quasiment inexistant."**

LA FICHE

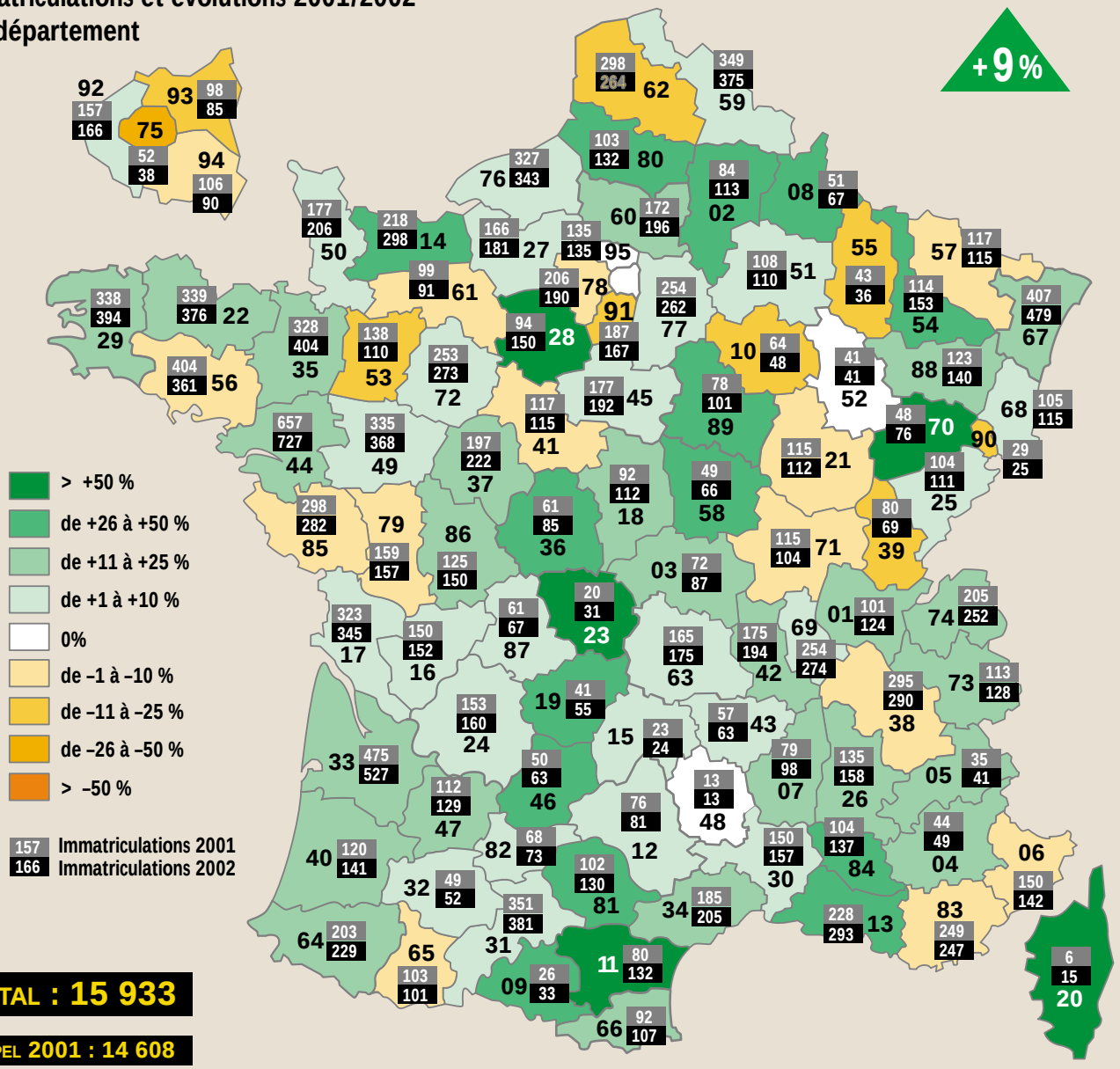
3P France
(Pro Premium Production)
Avenue du Fief – Mare II – N° 20
Z.A. Les Béthunes
95310 Saint-Ouen-l'Aumône
Tél. : 01 34 64 23 24
Fax : 01 34 64 33 66
E-Mail : 3p@3p-france.com

Création : 1987
Structure Juridique : SARL transformée en S.A
Capital : 263 500 euros
Répartition du capital : familiale
PDG : Perben Rosager
Activités : négoce, importation, exportation et distribution de conditionneurs d'air et de sacs isothermes
Chiffre d'affaires : 3 millions d'euros en 2002. Prévision de stabilité en 2003
Répartition du chiffre d'affaires :
25 % vente de climatiseurs
75 % vente de sacs isothermes
Lieux d'exploitation :
- 205 m² de bureau et espace de stockage de pièces détachées en Z.A à Saint-Ouen-l'Aumône dans
- Zone de stockage en sous traitance à Aulnay-sous-Bois avec un mouvement de 5 000 palettes annuellement
Effectif : 5 salariés dont Preben Rosager PDG, son épouse Inge à la comptabilité, son fils Carsten au commercial, et deux secrétaires.
Représentation :
Distributeur officiel des climatiseurs Coleman en France
Budget annuel de communication : 35 000 euros

La carte des immatriculations

CAMPING-CARS NEUFS

Immatriculations et évolutions 2001/2002 par département



TOTAL : 15 933

RAPPEL 2001 : 14 608

CAP À L'OUEST !

L'année 2002 est à marquer d'une pierre blanche. Elle restera en effet comme celle de tous les superlatifs pour le marché du camping-car neuf qui a battu tous ses records. A quelques dizaines d'unités, on a quasiment atteint les 16 000 immatriculations, un niveau d'activité que n'espéraient pas les experts les plus optimistes en début de saison !

Ces résultats se vérifient au premier coup d'œil sur la carte de France des immatriculations, très largement dominée par la couleur verte, symbole de progression des ventes.

Seulement une vingtaine de départements français affichent une baisse, parfois d'ailleurs légère, l'essentiel des régions françaises ayant connu l'an dernier une progression sensible de l'activité et parfois même un vrai "boom" des ventes de camping-cars. C'est le cas par exemple de plusieurs départements du grand ouest, emmenés par la Loire Atlantique, toujours en tête du hit parade national.

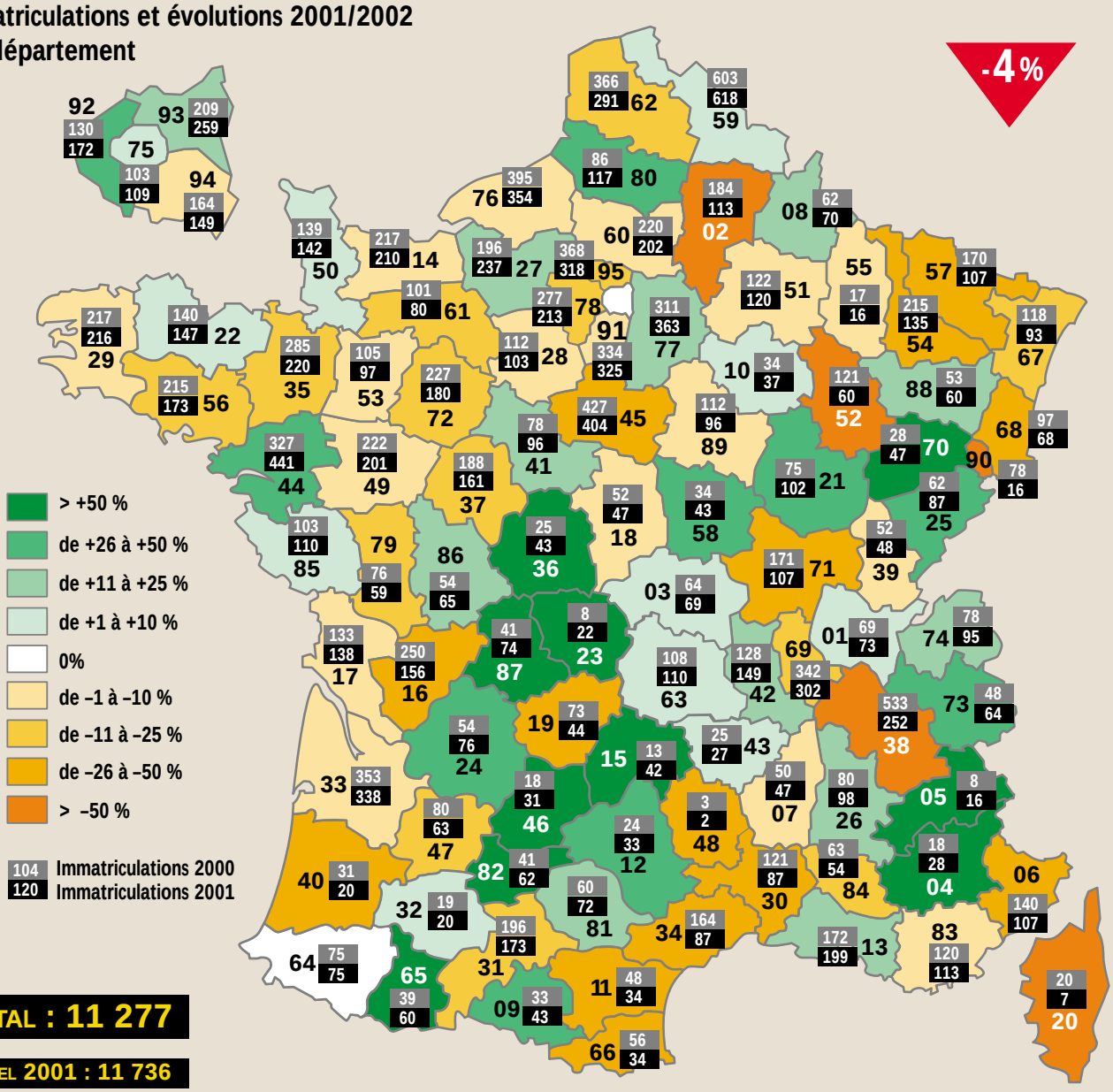
La Gironde, numéro deux et le Finistère, quatrième département de France enregistrent également de fortes progressions. Un cas particulier pour le Bas-Rhin qui occupe la troisième marche du podium avec 479 immatriculations, une position enviable qui s'explique par le nombre important de modèles appartenant à des parcs locatifs.

La hausse nationale du marché (9 %) se répartit donc dans tout l'hexagone avec une tendance certaine vers l'ensemble du littoral dont les départements réalisent en tout près de 6 000 immats. La région parisienne en revanche fait une contre-performance, plus sensible en Ile-de-France que sur les départements voisins (60/77/27/28) qui eux, progressent parfois fortement. Enfin, quelques départements, où le chômage fait des ravages, sont en baisse (62/71/38/55/25/39).

de VDL en 2002

CARAVANES NEUVES

Immatriculations et évolutions 2001/2002 par département



TOTAL : 11 277

RAPPEL 2001 : 11 736

DES BASSINS DE RÉSISTANCE

Avec un volume d'activité en baisse de 4 % en 2002, le marché de la caravane subit certes un revers mais ne s'effondre pas totalement. Cela se vérifie à la lecture de notre carte où il apparaît immédiatement que les départements en hausse ou stables sont à peu de choses près aussi nombreux que ceux qui affichent une baisse des ventes. Les départements du nord de la Loire figurent cette année encore parmi les plus actifs et notamment le Nord, en tête du classement national avec 618 caravanes. Toutefois, si les volumes demeurent importants en Seine-Maritime, Pas-de-Calais ou dans le Loiret, ces départements traditionnellement friands de caravanes voient tous leurs immatriculations baisser. La seconde place est occupée par la Loire-Atlantique, par ailleurs leader en camping-car, tandis que la Gironde fait également un bon score. Effondrement en revanche dans certains départements où les gens du voyage ont coutume d'immatriculer leurs caravanes, à l'instar de l'Isère ou de l'Hérault où les ventes sont divisées par deux. Même contre-performance pour la Haute-Marne ou la Sarthe. En région parisienne, le marché s'est en revanche montré bien orienté, notamment dans les Hauts-de-Seine, la Seine-Saint-Denis ou la Seine-et-Marne. Déception pour les régions où la situation économique est difficile, à l'instar une fois encore du Pas-de-Calais, de l'Aisne ou de la Moselle qui reculent fortement.

CARAVANES

(au 31 décembre 2002)

Parts de marché *(cumul saison)*

FENDT	21,9 %	▲
CARAVELAIR	20,5 %	▼
STERCKEMAN	11,4 %	▼
TABBERT	8,5 %	▼
BURSTNER	8,0 %	▼
HOBBY	7,2 %	▲
DETHLEFFS	6,5 %	▼
LMC	4,3 %	▼
ADRIA	2,6 %	▼
ERIBA	2,0 %	▲

En baisse relativement modérée sur le cumul année 2002, le marché de la caravane est en revanche en perte de vitesse depuis le mois de septembre. En effet, sur le dernier trimestre de l'année 2002, la baisse s'élève à 9,7 %, avec seulement 2 366 caravanes immatriculées contre 2 621 pour la même période de 2001. Dans cet environnement peu motivant, ce sont les constructeurs spécialisés dans la fabrication de caravanes résidentielles qui tirent une fois encore le mieux leur épingle du jeu, à l'instar de Fendt qui progresse de 4 % et prend la première place dans les immatriculations, devant Caravelair. Ce dernier chute de 8,5 %, ce qui est toutefois mieux que Sterckeman en repli quant à lui de plus de 15 %. Bürstner affiche une baisse de 6 % et seul Eriba dans un petit marché connaît une belle progression de ses ventes. Hobby se hisse en sixième position avec un bond en avant de près de 45 %. Le printemps 2003 devrait tout de même voir le marché de la caravane se refaire une "petite santé" et limiter ses baisses d'immatriculations.

CAMPING-CARS

Immat. camping-cars neufs

(au 1/02/2003)

Mois de janvier	**1 136**
Cumul saison depuis 1/9	**3 943**
Cumul 12 derniers mois	**15 973**

Les chiffres de janvier ont été connus alors que nous mettions sous presse ce numéro de *la Tribune*. Ils montrent une hausse nettement plus modeste de l'activité, comparé aux mois précédents et surtout à un bilan annuel exceptionnel pour l'année 2002. Ainsi, si la hausse du secteur s'élève seulement à 1,8 % pour le mois de janvier, le bilan de la saison passée reste remarquable avec une progression de plus de 9,2 % du marché du camping-car neuf entre le 1er janvier et le 31 décembre 2002. Le seuil des 16 000 immatriculations est en passe d'être franchi dans les semaines à venir, ce qui nous rapproche désormais d'un marché allemand qui semble lui très fragilisé et a réalisé l'an passé un bilan négatif.

Depuis le 1er septembre, 3 943 camping-cars ont été immatriculés, soit une hausse de 8,2 %, un chiffre qui marque une progression sensiblement ralentie mais qui permettrait quand même de rattraper nos voisins d'outre-Rhin, au cas où ces derniers conserveraient une courbe négative.

Toujours est-il qu'avec des perspectives de marché autour des 17 000 unités pour l'année 2003, le camping-car offre encore une bonne visibilité aux professionnels de la distribution qui devraient réaliser une belle saison, surtout si les événements internationaux permettent un retour à la consommation et à la confiance.

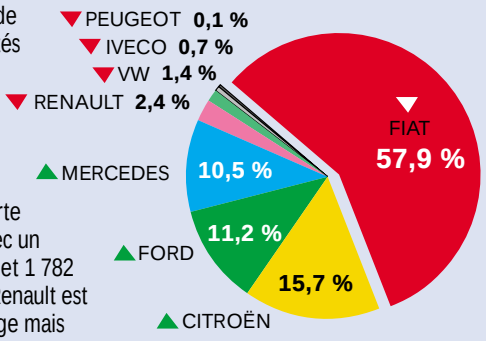
Immat. camping-cars occas.

(au 1/02/2003)

Mois de janvier	**1 304**
Cumul 12 derniers mois	**24 890**

Très belle année également sur le front du véhicule de seconde main avec une progression de 10,20 %, à 24 890 transactions opérées contre seulement 22 584 en 2001. L'année s'est même terminée en fanfare avec une progression des immatriculations de 29,6 % en décembre… Le total des transactions du neuf et de l'occasion est passé franchement au-dessus de la barre des 40 000 unités, à 40 735 camping-cars pour l'ensemble de l'année 2002. Le marché de l'occasion va se montrer encore très actif en 2003 et les opérateurs savent que, bien travaillé, ce secteur reste particulièrement attractif pour le commerce de la distribution.

PORTEURS - Immats camping-cars par porteur, cumul année au 31 décembre 2002



Les positions évoluent peu sur le marché des porteurs mais certaines tendances observées ces derniers mois se confirment : Fiat tout en conservant sa première place, abandonne 4,7 % et aura vendu 9 237 châssis en 2002 contre 9 690 en 2001. C'est assez décevant dans un marché qui, dans le même temps aura quand même progressé de près de 10 points. Grands gagnants de cet effritement du leadership de Fiat, Citroën qui progresse de 54 % sur l'ensemble de l'année, mais aussi de Mercedes qui propulse les ventes de son Sprinter à 1 682 unités (+45 %), sans oublier celui que l'on n'attendait plus, le Ford Transit. Après deux années sombres, il connaît même la plus forte des immatriculations avec un bond en avant de 68 % et 1 782 camping-cars équipés. Renault est en revanche dans le rouge mais l'année 2003 devrait revoir le constructeur au losange repartir à la hausse. Idem pour VW qui lance ces jours-ci son T5, esthétiquement très réussi et surtout doté de puissantes motorisations TDI.

EN HAUSSE - EN BAISSE

+ 9,21 %
(immats camping-cars année 2002)

– 4 %
(immats caravanes année 2002)

LE CHIFFRE DU MOIS

15 973

C'est le cumul des immatriculations de camping-cars neufs durant les douze derniers mois (valeur au 31/01/03)

MARCHÉ ALLEMAND

Le camping-car en baisse de 6,4%

On savait la saison 2002 difficile pour nos voisins d'outre-Rhin mais les chiffres définitifs sont encore plus médiocres en raison d'un dernier trimestre franchement très mauvais. Confrontée à une crise économique sans précédent depuis plus d'une décennie, l'Allemagne voit son florissant marché du camping-car baisser de 6,4 % sur l'ensemble de l'année 2002, à 17 733 immatriculations contre 18 946 en 2001. Si la baisse devait se poursuivre dans les mêmes proportions en 2003, la France deviendrait alors le premier marché européen du camping-car.

La Tribune
Magazine d'informations professionnelles de la DICA

Directeur de la publication : Pascal Arnoud
pascal.arnoud@la-dica.com
La DICA - Parc Innolin - 10, bis rue du Golf
33700 Mérignac
Tél : 05 57 29 17 17 - Fax : 05 57 29 18 73
Impression : Imprimerie du Bac

EDITO

Il n'y a pas de temps à perdre !

A l'heure du développement rapide du camping-car et alors que la France reste la destination préférée d'un nombre important de nos voisins étrangers voyageant en véhicules de loisirs, la question du stationnement est plus que jamais à l'ordre du jour. Si le développement des aires de services est encourageant, il ne faut pas se voiler la face, les problèmes restent entiers. D'abord parce que la fonction première d'une aire spécialisée demeure le ravitaillement et non l'étape nocturne. Il est parfois tout de même navrant de voir des camping-caristes se satisfaire de quelques mètres carrés à proximité d'une borne de vidange entourée de larges flaques d'eaux grises pour passer la nuit et même parfois plus.

Ensuite parce que les professionnels de l'hôtellerie de plein air sont plus décidés que jamais à trouver une solution à leur problème de fréquentation "en dents de scies". Pleins durant quelques semaines en été, les campings sont désertés près de dix mois sur douze et les investissements souvent lourds qu'ont consacrés les hôteliers de plein-air ont du mal à se rentabiliser. D'où la tentation naturelle et légitime de se tourner vers cette clientèle des camping-caristes. Mais on le sait, ces derniers aiment se sentir bien accueillis et désirés. Et surtout, ils veulent être entre eux. Le dialogue semble donc difficile entre les deux camps et certains gestionnaires de camping ne verraient pas d'un mauvais œil une législation plus sévère en matière de stationnement, avec en ligne de mire, une obligation de recourir au camping à la nuit tombée. Alors qu'ils se disent prêts à s'équiper pour recevoir correctement les camping-cars, il est urgent que les constructeurs, distributeurs et utilisateurs décident ensemble à quelle sauce ils souhaitent être mangés. C'est tout l'intérêt du Forum du camping-car qui va se tenir début avril en Ardèche. Très mobilisées, toutes les forces vives du VDL vont débattre de la question avec comme objectif la rédaction d'un livre blanc du camping-car, véritable "bible" de référence, dressant un tableau objectif des attentes des utilisateurs et proposant des solutions concrètes. La Dica, par la voix de son président, fera valoir non seulement les souhaits de la distribution mais militera clairement pour la libre pratique du camping-car, indispensable au développement du secteur. Par le passé, de nombreuses initiatives ont permis une embellie du marché (aires de services, aires viticoles, facilités de stationnement dans certaines communes) et de nouvelles pistes doivent être empruntées pour pérenniser la pratique du camping-car et accompagner une demande de plus en plus forte. Mais, vous l'aurez compris, il n'y a pas de temps à perdre !

Le Comité de rédaction

POUVOIRS PUBLICS

Création d'un groupe de travail ministériel sur les VDL

Le secrétariat d'Etat au Tourisme a annoncé le 21 février dernier la mise en place d'un groupe de travail sur les véhicules de loisirs. Ce groupe qui réunit les représentants de six ministères différents et d'associations d'élus, de professionnels et d'usagers, est chargé d'examiner les problèmes du secteur : tarifs autoroutiers, accueil et stationnement des camping-cars, classement des parcs résidentiels de loisirs. Le groupe de travail qui avait été demandé par la profession lors du dernier salon devrait tenir trois réunions a-t-on précisé auprès du secrétariat d'Etat. De même source, on annonce aussi la sortie dans les mois qui viennent d'une nouvelle édition du guide de l'AFIT "l'accueil des camping-cars dans les communes touristiques " dont la dernière édition datait de 1997. Il semble bien que le VDL intéresse beaucoup de monde depuis quelques mois...

Rencontre CNPA/DICA

Afin de parfaire leur information et de comprendre toutes les subtilités contenues dans le nouveau règlement européen régissant la distribution automobile les représentants de la DICA (Président, Délégué général, avocat et juriste) ont rencontré à Paris le 6 mars dernier les Président, Directeur général et responsable du service juridique du Conseil National des Professions de L'Automobile.

Au cours de cette réunion, qui s'est révélée encore plus instructive que ce que les représentants de la distribution de VDL pouvaient en attendre, furent également abordés les thèmes de l'amiante et de la transposition en droit français de la directive européenne sur la garantie des biens de consommation. Un compte rendu de cette importante réunion et des négociations actuellement en cours avec les constructeurs concernant la rédaction des nouveaux contrats de concession dans notre prochain numéro.

FORUM DU CAMPING-CAR

On avance ...

Le Forum National du Camping-car se tiendra du 3 au 5 avril en Ardèche (cf édito) et réunira un large plateau de personnalités dont l'activité professionnelle évolue autour du VDL (constructeurs, distributeurs, loueurs, utilisateurs, pouvoirs publics). Plusieurs ateliers permettront de faire un vaste tour d'horizon sur les grandes questions qui se posent à tous dans la pratique et le développement du camping-car. Si les deux ateliers consacrés à l'accueil par les collectivités locales et le comportement du camping-cariste s'avèrent d'ores et déjà incontournables dans le cadre de la préparation d'un livre blanc du camping-car permettant de mieux défendre la pratique du tourisme itinérant, les deux autres ateliers méritent aussi l'attention. On y débattra en effet pour le premier du permis de conduire. Le débat sera animé par Philippe Padiou, Pdg du groupe Pilote, avec en tribune plusieurs interlocuteurs dont Guy Leneveu pour la distribution. Permis C1, passage du permis B de 3,5t à 4,25T, problèmes de charge utile, sont autant de points à l'ordre du jour. Quant au dernier atelier consacré à la distribution et à la vente, inutile de dire qu'il concernera au premier chef les concessionnaires. Il sera animé par Patrick Sanz qui aura à cœur, devant un parterre d'utilisateurs indépendants ou membres d'un club, d'expliquer l'univers de la distribution mais aussi d'aborder certains points comme les bons de commande, les crédits, les délais de livraison ou les reprises. Un compte-rendu complet de l'événement vous sera proposé dans la prochaine édition de *La Tribune*...

ACQUISITION

Quand Dometic s'intéresse à l'éclairage

Leader incontesté sur le secteur du réfrigérateur pour caravane et camping-car, et fidèle partenaire de la DICA, Dometic produit également des systèmes de climatisation, des appareils de cuisson et depuis peu des toilettes pour véhicules de loisirs. L'entreprise vient de prendre le contrôle de Miko Leuchten GmbH, un spécialiste de l'éclairage à bord des VDL, renforçant ainsi sa présence sur le secteur du véhicule de loisirs. Dometic emploie plus de 3 500 personnes à travers le monde pour un chiffre d'affaires de 620 millions d'euros.

A VENDRE

Mobilier de magasin bon état

- 19 mètres de double face 1,40 m de hauteur (38 m de façade)
- 20 mètres de gondoles murales 1,40 m de hauteur
- 4 mètres de gondoles murales 1,60 m de hauteur

Pour tous renseignements, contacter Bertrand (Horizon Rouen)

02 35 79 84 50

EXPORT

Trigano s'attaque au fourgon !

La commercialisation du fourgon Trigano a commencé sur les marchés de l'export, notamment en Allemagne où les modèles Eurocamp 1 et Eurocamp 2 sur Fiat Ducato 2.3 JTD sont déjà présents dans les revues spécialisées et affichés à des tarifs très concurrentiels (dès 30 600 euros). Aucune décision n'est encore prise pour une distribution de cette gamme dans l'Hexagone en 2003.

Inauguration

Nouvelle concession Destinea

C'est le 13 février dernier que l'enseigne Destinea a inauguré sa nouvelle concession, à Agen. L'événement était suffisamment important pour que de nombreux constructeurs et personnalités effectuent le déplacement dans le Sud-ouest, aux côtés des membres de l'équipe Destinea. Ont ainsi été remarqués lors de cette soirée festive Pierre Rousseau, (Rapido), Philippe Padiou et Philippe Bouffant (Pilote), Roger Aderhold (Hymermobil), Jean-Paul Fassinotti et son équipe commerciale (Trigano), André Pons (Adria) ainsi que des représentants des maisons Elnagh, Alden, des groupes de presse Editions Larivière et Motor Presse, de Filhet-Allard, de sociétés de financement et de quelques concessionnaires de la région comme Evelyne Lhorot. Dans son discours, Patrick Sanz a rappelé tout l'intérêt d'une ditrisbution calée sur les méthodes de l'automobile.

Comité directeur élargi

A l'occasion de sa réunion du 3 mars dernier, les cinq Membres du Comité directeur de la DICA avaient invité tous les représentants des goupements et enseignes de distribution de VDL. Avaient été mandaté et répondu présents à cette invitation Sandrine Wessecker et Evelyne Lhoro (Ypo Camp), Eric Chassagne (Idylcar), Stéphane Michel (groupe Narbonne), Gilbert Fabre (Masters) et Guy Leneveu (Destinéa). A l'ordre du jour figurait notamment la question de l'adhésion collective des groupements à la DICA et la participation automatique de leurs représentants, ainsi que de ceux des enseignes, au futur Comité directeur. Cette ouverture devrait contribuer à améliorer l'efficacité de la Chambre syndicale dans les actions à mener comme celles concernant les nouveaux contrats de concession ou la participation de la distribution au salon du Bourget.

MEDIAS

Camping-car et résidence mobile à la TV

Avec 230 passages à l'antenne entre le 21 février et le 24 mars sur de chaînes à forte audience comme France 2, France 3 national et régional ou encore France 5, il sera difficile d'échapper aux spots publicitaires sur le camping-car et la résidence mobile lancés par le Sicverl. Réalisés l'an dernier, les deux films ont été optimisés, celui consacré au camping-car et baptisé "Lever de soleil" ayant été rallongé à 17 secondes, tandis que celui sur le mobil-home dénommé "La Clairière" est proposé sur 15 secondes. Les spots passent à différents heures de la journée, y compris dans quelques créneaux très forts comme le dimanche soir 23 février à 20h 50 sur France 2 ou le samedi 15 mars à 20h 42, toujours sur France 2.

VITE !

- **L'équipementier Waeco International** qui propose des accessoires pour les véhicules de loisirs et la plaisance vient de fonder Waeco distribution Sarl et emménage dans de nouveaux locaux afin de renforcer sa structure. L'entreprise dirigée par Sanzio Nicolini est ainsi basée à Chambly dans l'Oise (ZAE Les portes de l'Oise, Rue Isaac Newton, BP 59 60230 Chambly). Site Internet : www.waeco.fr

- **Le Volkswagen T5 est enfin opérationnel.** Le successeur de l'actuel Transporter T4 profite de nouvelles motorisations turbo-diesel de forte puissance et d'un niveau de confort remarquable qui vont lui assurer un certain succès auprès des carrossiers spécialisés dans l'agencement de fourgons.

- **Regroupement de filiale au sein du groupe Trigano** avec deux entités spécialisées dans la remorque et l'équipement de jardin : la société IBI, filiale d'Amca Noval, devient Trigano Remorques. De son côté, la société Artix, également filiale d'Amca Noval devient Trigano Jardin.

- **Le constructeur de camping-cars Joint** vient d'inaugurer à Cabanas de Etro (province de Saragosse) son usine de fabrication de cellules.

- Désireux de s'investir entièrement dans l'hôtellerie de plein air, **Patrick Gombart** a cédé à ses associés de l'enseigne Destinea les parts qu'il détenait dans les activités VDL du premier groupement national de la distribution.

SOMMAIRE N°123

L'actualité de la profession p.2/3
L'enquête : la remorque, une affaire de spécialistes p.4/7
La lettre de *La Tribune* p.9/12
Repères, chiffres clés p.12
Les 6èmes Universités d'hiver : réflexions sur le management au pays des chevaliers p.13/15
Repères pro : questions de prix... p.17
Podium : Coleman : la "clim", un marché de niche p.18/19
Immatriculations : la carte des immatriculations de VDL en 2002 p. 20/21
Tableau de bord p.22

La remorque : une affaire

Longtemps, la remorque a arrondi les fins de mois des revendeurs de caravanes et de toiles de tente. C'était le temps béni des remorques bagagères qui sillonnaient la Nationale 7 jusqu'aux plages de Méditerranée. Aujourd'hui, avec le boom du camping-car et la multiplication des résidences mobiles, la remorque ne trouve plus son marché naturel au sein des concessions de VDL. Pourtant, certains concessionnaires pétris d'expérience poursuivent cette activité avec bonheur. La remorque peut ainsi représenter un bon complément au chiffre d'affaires pour celui qui sait la travailler...

La remorque bagagère a connu ses heures de gloire au début des années soixante lorsque le camping toile et les locations au mois – aujourd'hui la durée des vacances estivales a singulièrement raccourci – étaient le symbole absolu d'une villégiature réussie. François Souquet, spécialiste ès remorques en région bordelaise, se souvient de cette époque. *"Dans les années soixante, la remorque bagagère avait le vent en poupe. C'était un outil pour citadins basés au nord de la Loire. Elle était plus petite et compacte qu'aujourd'hui avec ses roues de 350x8 et elle était utilisée pour ces grandes transhumances touristiques. Il faut dire que les vacanciers d'alors empruntaient les nationales – "on est heureux Nationale 7" chantait Trenet – et ne roulaient que rarement au-dessus des 90 km/h ".*

Remorque et toile de tente

La remorque était le parfait complément de la toile de tente, une synergie évidente. Elle avait aussi sa place au milieu des caravanes pour lesquelles, faut-il le rappeler, les automobiles disposent de l'indispensable attelage. Un équipement commun qui crée un lien et abolit les frontières commerciales ! Aujourd'hui, la donne a changé. La caravane n'est plus ce qu'elle était. Les résidences mobiles ont gagné du terrain dans les hôtelleries de plein air, reléguant la toile de tente dans l'armoire à souvenir. Confort quand tu nous tiens ! Les automobiles modulables, fonctionnelles et généreuses en terme d'espace tels les monospaces ont aussi permis de gagner considérablement en capacité de chargement. Les autoroutes et les vitesses actuelles pour

"Avec le développement des maisons individuelles, le cœur du marché de la remorque pour les particuliers a glissé vers les activités de jardinage et de bricolage." François Souquet

de spécialistes

des vacanciers pressés sont aussi peu compatibles avec l'usage des remorques. La remorque bagagère a donc peu à peu cédé sa place à la remorque de loisirs. *"Avec le développement des maisons individuelles,* analyse François Souquet, *le cœur du marché de la remorque pour les particuliers a glissé vers les activités de jardinage et de bricolage. Et tous les ans d'ailleurs, les remorques s'allongent. Qu'importe la place qu'elles occupent les remorques doivent permettre de transporter des tondeuses ou des parpaings en masse".*

Proposer du choix pour exister

Installé à Reims, Philippe Campion, héritier d'une entreprise familiale, confirme cet état de fait. *"Il y a une grosse vingtaine d'années, nous étions dépositaire de la marque La Hutte,* confie-t-il. *La toile de tente et la remorque se complétaient à merveille. Aujourd'hui, nous poursuivons la vente de toiles de tente en plus de notre activité véhicules de loisirs mais cela est devenu un marché de niche qui nous permet cependant de vendre quelques remorques. Les piquets de 1,10m se rangent parfaitement dans les bagagères de 1,10x 1,50 m".* Philippe Campion vend une centaine de pièces par an. Parmi les remorques vendues, 40 % sont des petites remorques bagagères ou porte-moto, 45 % sont des remorques semi professionnelles ou semi utilitaires de 2 à 2,50x1,40 m avec ridelles démontables et 15 % sont des professionnelles de plus de 500 kg. *"Pour réussir à vendre des remorques, il faut proposer du choix,* affirme Philippe Campion. *Nous présentons ainsi une trentaine de modèles en ce moment, une obligation pour exister sur ce marché. Car il faut dire que la concurrence avec les gros centres auto comme Feu vert et Norauto est terrible. Ils nous ont déjà dérobé le marché de la pose de l'attelage et sont très agressifs sur le marché de la petite remorque de masse".* Comment donc la famille Campion continue-t-elle à réussir sur ce marché hyper concurrentiel de la remorque ?

> **"Il faut dire qu'aujourd'hui, la concurrence avec les gros centres auto comme Feu vert et Norauto est terrible."**
> Philippe Campion, Reims Loisirs

Un marché qui fait travailler toute l'année

La réponse se trouve dans la connaissance parfaite du terrain et de leur réputation sur ce segment d'activité. *"Nous travaillons la remorque depuis longtemps maintenant. C'est un produit que nous connaissons parfaitement et qui demande des efforts particuliers. Longtemps nous avons exposé dans les galeries marchandes des supermarchés, un emplacement*

L'œil de la dica

Si l'essentiel du marché de la remorque est désormais dans les mains de la grande distribution spécialisée, certains concessionnaires de VDL parviennent encore à tirer leur épingle du jeu. A l'heure de l' "ultra-professionnalisme" qui permet de faire la différence grâce au service et du développement des réseaux qui dote le concessionnaire des moyens d'affronter toutes les concurrences, la vente de la remorque apparaît comme un métier qui se travaille sans relâche et n'offre que des marges relativement réduites. Mais pour beaucoup, il s'agit aussi d'un complément d'activités attractif et d'un bon moyen de diversifier l'offre pour mieux affronter les éventuelles récessions de certains marchés.

devenu prohibitif aujourd'hui. Pour vendre des remorques, nous allons faire des journées champêtres comme la foire au boudin blanc de Retel dans les Ardennes. Il est nécessaire d'aller chercher le client. La remorque demande du temps, de la prospection. Chez nous, nous devons également être présent auprès des viticulteurs qui livrent le champagne avec des remorques". Un travail de longue haleine, fastidieux, qui ne doit rien au hasard et qui permet au concessionnaire de véhicules de loisirs d'équilibrer son activité sur l'année.

"L'avantage de la remorque est que c'est un marché qui nous fait travailler toute l'année. "

un concessionnaire du nord de la France

"L'avantage de la remorque est que c'est un marché qui nous fait travailler toute l'année, confirme un concessionnaire du nord de la France. *En décembre par exemple, lorsque les artisans clôturent leur bilan, ils viennent acheter une remorque pour lisser les bénéfices. Pour des artisans, une remorque fait économiser un véhicule. Et la remorque, elle, ne demande ni vidange, ni entretien. Elle permet également de remplacer les vieux bahuts qui ne passent plus le contrôle technique".* Un camion sans moteur, ironisent certains !

Avoir une indispensable culture du produit

Et d'aborder la question déterminante de l'actuelle synergie, possible ou pas, entre la vente des véhicules de loisirs et des remorques. Les acteurs historiques de la remorque, qui ont la culture du produit, n'y croient guère. Jean-Claude Secq qui travaille au sein de la concession Oise Camping abonde en ce sens. *"Je pense,* dit-il, *qu'il est difficile pour quelqu'un qui vend des camping-cars de se mettre à la remorque. La remorque est une affaire de spécialistes. Nous, nous pratiquons ce marché depuis toujours, soit plus de cinquante ans cette année. La région de l'Oise est sillonnée par des remorques qui arborent notre sigle. Nous avons un historique et nous avons suivi les évolutions de la remorque qui a notamment gagné en taille. Nous nous sommes adaptés en faisant également des publicités plus spécifiques".* La remorque, au-delà d'un simple complément d'activités aux véhicules de loisirs, est devenue un produit à part entière à travailler de manière très ciblée en direction du marché des produits verts, de la jardinerie et du bricolage. Chez Oise Camping avec quelques trois cents remorques vendues chaque année, cette activité représente plus de 2 % du chiffre d'affaires global. Le fruit d'une histoire ! *"Certains collègues, concessionnaires de véhicules de loisirs, ont essayé la remorque sans le background culturel du produit. Ils ont arrêté assez vite".*

Créer un métier dans le métier

François Souquet, qui a tenté une expérience avec un concessionnaire dans le grand Sud-Ouest, a sa petite idée sur la question. *"Pourquoi la remorque a du mal aujourd'hui à se faire une place dans les concessions de véhicules de loisirs ?* s'interroge-t-il. *C'est un peu la même raison pour laquelle Citroën n'a jamais pu vendre une SM, pourtant un produit remarquable. Délicat en effet de vendre à la fois des 2CV ou des Ami 6 et des SM véritables voitures de luxe. Je veux dire en cela que Citroën aurait dû mettre en place un circuit de distribution afin de servir au mieux un type spécifique de clientèle. Et bien, il en est de même avec la remorque dans les concessions de véhicules de loisirs. Pour réussir, il est nécessaire de créer un métier dans le métier. Franchement, pensez-vous qu'un vendeur qui négocie des camping-cars à 50 000 ou 60 000 euros va, dans l'heure qui suit une vente, aller s'enquiquiner à négocier une remorque de trois cents euros avec une marge ridicule à la clé ? Difficile à imaginer !"* Vendeurs spécialisés, démarches commerciales spécifiques, la remorque demande aujourd'hui une attention toute particulière. *"Si je me lançais dans le camping-car aujourd'hui,* poursuit Jean-Claude Secq, *je ne me risquerais pas à me lancer dans la remorque".* Un produit désormais estampillé loisir !

La preuve avec Gilles Merret qui gère les destinées de l'étonnante structure Floricane en Bretagne. Cette société plurielle vend du loisir tous azimuts, du nautisme au bricolage en passant par la jardinerie, l'animalerie et les véhicules de loisirs. Chez Floricane, la remorque est très clairement rattachée au plein air plutôt qu'à l'activité véhicules de loisirs. *"Chez nous, la remorque trône en bonne place à côté des abris de jardin et des accessoires de plein air*, assure Gilles Merret. *Nous en vendons environ deux cents par an et notre marché remorque profite au maximum du passage clientèle générée par notre pluri-activité. La remorque est un métier à part entière qui a besoin d'une structure qui colle au desiderata de la clientèle pour éclore et se développer. Il faut ajouter à cela une forte culture du produit et un historique pour résister à la concurrence virulente"*. En gros, la remorque ne s'improvise pas.

"La remorque, à l'instar de la caravane, c'est du roulant, donc un peu notre métier tout de même."

Alain Barbarit

Le pari de la qualité pour les concessionnaires VDL

Alain Barbarit en est conscient. Ce concessionnaire de véhicules de loisirs poursuit cette activité avec succès, vendant, bon an mal an, quelques cent cinquante remorques. *"La remorque, à l'instar de la caravane,* insiste-t-il, *c'est du roulant, donc un peu notre métier tout de même"*. Et Alain Barbarit de miser sur la qualité des produits vendus. *"Nous essayons de faire ressortir la qualité des remorques que nous vendons par rapport à celles que l'on trouve dans les centres auto. Les nôtres sont mieux équipées notamment en matière d'amortisseurs au niveau des essieux, eux-mêmes galvanisés pour éviter toute corrosion. Nos remorques sont plus sophistiquées et nous mettons volontiers l'accent là-dessus"*. En bon professionnel !

On l'aura compris, la remorque n'est plus désormais intimement liée aux circuits hôtellerie de plein air et concessionnaires de véhicules de loisirs comme elle l'était il y a une trentaine d'années. Elle nécessite, qui plus est, quelques attentions en terme commercial que ceux qui n'ont pas la culture du produit sont peu enclin à réaliser. Cependant, les concessionnaires qui continuent à s'y intéresser ne sont pas déçus. La remorque leur apporte un complément d'activité non négligeable qui leur assure du chiffre d'affaires tout au long de l'année. ●

L'avis d'un constructeur

Patrick Maillard est PDG de l'entreprise française Lider qui construit 25 000 remorques par an. Cette société, installée à Laval, emploie trente-trois salariés et réalise 13 millions d'euros de chiffre d'affaires HT. *"Il y a quelques dizaines d'années,* indique Patrick Maillard, *nous travaillions effectivement avec le réseau des revendeurs de caravanes et de toiles de tente via les remorques bagagères. Les vacanciers partant moins loin et moins longtemps, ce réseau s'est écroulé à l'instar de bon nombre de revendeurs. Certaines concessions ont, quant à elles, rebondi avec le camping-car mais il est vrai que nous sommes peu présents chez ces gens-là "*. Aux acteurs historiques près !

"Et il est vrai, reconnaît Patrick Maillard, *qu'on ne vend pas de la même manière un produit complexe de 50 000 euros et une remorque de 500 euros. La remorque est un produit simple, d'impulsion. Ce n'est pas le même métier. Cela dit, tout dépend de la volonté de chacun. La remorque fonctionne encore très bien chez les concessionnaires qui veulent bien s'en donner la peine"*.

Le gros réseau de distribution de Lider est aujourd'hui à trouver dans les rayons des espaces verts, entre petit tracteur et tondeuse. *"La remorque s'est insérée dans les articles d'extérieurs tels les échelles, les brouettes ou les Karchers "*, confirme Patrick Maillard. Un changement d'époque !

JURIDIQUE

MODE D'EMPLOI

Dans la dernière TRIBUNE, nous vous informions que la DICA avait mis fin au contrat protection juridique souscrit auprès de la DAS.
Dans le même temps, elle a procédé à l'embauche d'une juriste qui répond désormais à vos questions, tous les jours, de 14 à 18 heures.

Par ailleurs et en cas de procédure contentieuse, vous avez également la possibilité de confier la gestion de votre dossier à Maître Leroy, avocat spécialiste dans notre secteur d'activité, qui accorde aux adhérents de la DICA un tarif préférentiel de 130 euros HT de l'heure.

SOCIALE TEMPS DE TRAVAIL

ASSOUPLISSEMENT DES 35 HEURES

Déclarée conforme à la Constitution, la loi relative *"aux salaires, au temps de travail et au développement de l'emploi"* a été adoptée le **17 janvier 2003**.
La loi Fillon ne remet pas en cause le principe de la durée légale du travail, qui demeure fixée à 35 heures hebdomadaires, mais vise à assouplir, par la voie de la négociation collective, les conditions dans lesquelles la réduction du travail est mise en œuvre.
Les assouplissements portent sur le régime des heures supplémentaires, le contingent annuel d'heures supplémentaires et le repos compensateur obligatoire.

● **Le régime des heures supplémentaires** est modifié dans les conditions précisées ci-après (*cf tableaux*).
Une majoration en salaire, à défaut d'accord :
La nouvelle loi met fin au dispositif qui prévoyait que les quatre premières heures supplémentaires ouvraient droit à une bonification sous forme de repos, en l'absence d'accord.
Désormais, le principe est que toute heure supplémentaire donne lieu à majoration de salaire, à défaut d'accord.
Ainsi, le nouveau texte inverse le principe de la bonification sous forme de repos et donne préférence à la majoration de salaire, moins contraignante pour l'entreprise en terme d'organisation.

● **Le repos compensateur de remplacement :**
Les heures supplémentaires peuvent faire l'objet d'un repos équivalent pouvant porter, soit sur la bonification ou la majoration, soit sur le paiement de l'heure supplémentaire, soit sur ces deux éléments.

● **Le contingent d'heures supplémentaires :**
Rappelons que ce contingent désigne le volume d'heures supplémentaires pouvant être effectuées après simple information de l'inspecteur du travail. Ce contingent peut être fixé par une convention ou par décret.
Un **Décret du 15 octobre 2002** a fait passer le contingent réglementaire, de 130 heures à 180 heures, par an et par salarié.
Cependant, la loi du 17 janvier 2003 prévoit que *"les contingents conventionnels d'heures supplémentaires négociés antérieurement à la date de publication de la présente loi reçoivent plein effet en matière d'ouverture du droit à repos compensateur, dans la limite du contingent réglementaire"* .
Autrement dit, si le contingent conventionnel est inférieur à 180 heures, le repos compensateur se déclenche dès le franchissement du contingent conventionnel.
Ainsi, c'est bien le contingent conventionnel de notre branche (130 heures par an et par salarié) qui détermine désormais l'ouverture des droits au repos compensateur et qui déclenche l'autorisation de l'inspection du travail.

I. LE REGIME DES HEURES SUPPLEMENTAIRES

(Tableau N° 1)

1. Appréciation de l'effectif de 20 salariés :
Les modalités de calcul sont les mêmes qu'en matière de mise en place des institutions représentatives du personnel. Ce seuil doit s'apprécier dans le cadre de l'entreprise et non au niveau du groupe ou au niveau de l'établissement.
2. Décompte des heures supplémentaires :
La durée légale du travail est de 35 heures, seuil de déclenchement du régime des heures supplémentaires.
Le décompte se fait par semaine civile sauf cas particuliers.

II. LES CONTINGENTS D'HEURES SUPPLEMENTAIRES

(Tableau N°2 page suivante)

III. IMPUTATION DES HEURES SUPPLEMENTAIRES

(Tableau N° 3 page suivante)

Seules les heures supplémentaires remplacées intégralement par un repos compensateur sont exclues du décompte du contingent d'heures supplémentaires.
Lorsqu'il y a repos et paiement, les heures supplémentaires s'imputent sur le contingent.

IV. MODALITES DE PRISE DU REPOS COMPENSATEUR

Le repos est pris à l'initiative du salarié, par journée entière ou par demi-journée, en dehors de la

Tableau N°1

Effectif	Temps de travail	Dans contingent	Hors contingent
Plus de 20 salariés	36 à 39 heures	125 % taux majoré ou repos ou combinaison des deux	100 % (toute heure dépassant le contingent de 130 heures)
	40 à 43 e heure	125 % taux majoré ou repos ou combinaison des deux (repos compensateur obligatoire 50 % à compter de la 42ème heure)	
	à partir de la 44 e h	150 % taux majoré ou repos compensateur ou combinaison des deux	
Moins de 20 salariés	36 à 39 heures	110 % taux majoré ou repos compensateur ou combinaison des deux	50 % (toute heure dépassant le contingent de 130 heures)
	40 à 43 e heure	125 % taux majoré ou repos ou combinaison des deux	
	à partir de la 44 e h	150 % taux majoré ou repos compensateur ou combinaison des deux	

période comprise entre le 1er juillet et le 31 août .
Le repos doit être pris par le salarié dans le délai de 2 mois après l'ouverture du droit et ne peut être accolé aux congés payés.
Le droit à repos est ouvert dès que le compteur affiche un droit de 7 heures.
Le salarié formule alors sa demande au moins 7 jours à l'avance et précise la durée du repos.
Enfin le salarié doit être informé de ses droits soit dans le bulletin de paie, soit dans un document annexe indiquant :
- les droits acquis par le salarié,
- le délai imparti pour prendre son repos,
- le cumul des heures supplémentaires depuis le début de l'année.

(Tableau N°4)

Tableau N°2

Les contingents d'heures supplementaires

Entreprises hors modulation	
Dans contingent de 130 heures	**Hors contingent**
heures supplémentaires libres	heures soumises à autorisation
sans autorisation de l'inspection	repos compensateur obligatoire
sans repos compensateur obligatoire	
Entreprises sous modulation	
Dans contingent de 100 heures	**Hors contingent**
	heures soumises à autorisation
sans autorisation de l'inspection	repos compensateur obligatoire

Tableau N°3

Imputation des heures supplementaires sur le contingent

Entreprises...	**hors modulation**	**sous modulation**
Plus de 20 salariés	*à partir de...*	*à partir de...*
2002	la 36e heure	la 1 601e heure sur l'année
2003	la 36e heure	la 1 601e heure sur l'année
2004	la 36e heure	la 1 601e heure sur l'année
Moins de 20 salariés	*à partir de...*	*à partir de...*
2002	la 38e heure	la 1 691e heure sur l'année
2003	la 37e heure	la 1 646e heure sur l'année
2004	la 36e heure	la 1 601e heure sur l'année

Tableau N°4

Horaire hebdomadaire	**36 h**	**37 h**	**38 h**	**39 h**	**40 h**	**41 h**	**42 h**	**43 h**	**44 h**	**45 h**	**46 h**	**47 h**
Pus de 20 salariés												
Heures effectuées dans contingent							1h	2h	3h	4h	5h	6h
repos correspondant							30mn	1h	1h30	2 h	2h30	3h
Heures effectuées hors contingent	1h	2h	3h	4h	5h	6h	7h	8h	9h	10h	11h	12h
repos correspondant	1h	2h	3h	4h	5h	6h	7h	8h	9h	10h	11h	12h
Moins de 20 salariés												
Heures effectuées hors contingent	1h	2h	3h	4h	5h	6h	7h	8h	9h	10h	11h	12h
repos correspondant	30mn	1h	1h30	2 h	2h30	3h	3h30	4h	4h30	5h	5h30	6h

LA FORMATION PROFESSIONNELLE POUR 2003

I. QUE PREVOIT L'ACCORD DU 27 JUIN 2001 ?

L'accord sur la formation professionnelle, signé le 27 juin 2001, prévoit un nouveau dispositif pour toutes les entreprises de notre branche, applicable à compter du 01 janvier 2002.
Cet accord confie la collecte et la gestion des fonds au FORCO, désigné comme organisme paritaire collecteur agréé (OPCA), à titre exclusif.

II. COMMENT EST FINANCEE LA FORMATION PROFESSIONNELLE ?

Depuis la collecte de février 2002, la participation au financement de la formation s'établit comme suit :

Pour les entreprises de moins de 10 salariés :
0,20 % de la masse salariale au titre de la formation continue
0,10 % de la masse salariale au titre de la formation en alternance

Pour les entreprises de plus de 10 salariés :
10 % de la contribution légale de 0,90 % de la masse salariale au titre de la formation continue
0,40 % de la masse salariale au titre de la formation en alternance
Concernant l'apprentissage, les distributeurs de véhicules habitables de loisirs peuvent s'acquitter de la taxe d'apprentissage auprès de l'organisme de leur choix.

III. QUELLES SONT LES PRISES EN CHARGE ?

Pour les entreprises de moins de 10 salariés

a) Formations agréées et non agréées
Une liste indicative des actions agréées par la CPNEFP, disponible à la DICA, sera adressée à tout adhérent qui le souhaite, sur simple demande.

b) Le plafond annuel de prise en charge
Ce plafond est passé de 1 000 à 1 100 euros par entreprise et par an et pour un coût horaire stagiaire maximum de 23 euros
Précisons concernant la formation en alternance que les entreprises de moins de 10 salariés peuvent désormais bénéficier de deux contrats simultanés.
En outre, le forfait horaire du contrat qualification a été augmenté pour atteindre 9,15 euros (au lieu de 7,62 euros précédemment).

Pour les entreprises de plus de 10 salariés
Ces entreprises ont la possibilité de déléguer la gestion du plan de formation à un organisme collecteur qui est dans ce cas obligatoirement celui désigné par la branche, le FORCO.
Elles peuvent aussi assurer elles-mêmes cette gestion tout en restant soumises au versement de 10 % du minimum légal de 0,90 %, à l'organisme collecteur désigné par la branche.
Lors de la dernière CPNEFP, l'ac-

cent a été mis sur "la formation à l'évaluation des risques professionnels et la prévention"
En 2002, les deux domaines concernés étaient les suivants : sécurité du magasin et réglementation.
La DICA a, quant à elle, demandé que soit insérée une formation technique "atelier".
Ainsi, il en est ressorti quatre thèmes pour l'année 2003 :
- Sécurité, formation à l'évaluation des risques professionnels et leur prévention,
- Formation technique en atelier : électricité, gaz, menuiserie, carrosserie, tôlerie, mécanique, plomberie, plasturgie, peinture...
- Technique de vente dans la filière sport,
- Contraintes réglementaires de la vente de produits et services.

Les conséquences de la nouvelle réglementation sur l'amiante ont été rappelées et les représentants de la DICA ont précisé que les partenaires sociaux devront très rapidement définir les conditions dans lesquelles les salariés pourront intervenir sur cette catégorie de véhicules.

IV. QUELLES SONT LES FORMALITES A EFFECTUER ?

Les différentes étapes pour constituer un dossier de formation sont retranscrites dans le Guide de l'adhérent du FORCO.
Pour plus de précisions, vous pouvez aussi consulter le site internet du FORCO www.forco.org, qui présente de façon détaillée et au cas par cas les formalités à effectuer.
Bien entendu, la DICA reste à votre disposition pour vous orienter dans vos démarches. ■

DERNIERES MODIFICATIONS SOCIALES

Le Gouvernement a décidé de suspendre temporairement certaines des dispositions de la loi de modernisation du 17 janvier 2002 et de renvoyer la fixation de nouvelles règles à la négociation collective.
● Ainsi, depuis la loi du 03 janvier dernier, sont suspendues pour une période de 18 mois, **certaines mesures relatives aux licenciements** (critères, information des représentants du personnel...)
Cette suspension pourra être prorogée pour une durée de 12 mois compte tenu des résultats d'une négociation interprofessionnelle.
● En outre, cette nouvelle loi modifie le régime de la preuve en matière de **harcèlement moral ou sexuel**.
Désormais et en cas de litige, le demandeur doit établir les faits et non plus seulement présenter les faits qui permettent de présumer l'existence d'un harcèlement.
● **L'indemnité de fin de contrat à durée déterminée,** fixée à 10 % en 2002, pourra être limitée à 6 % par une convention ou un accord collectif de branche étendu dès lors qu'il est offert au salarié concerné un accès privilégié à la formation professionnelle.

- Loi N° 2003-6 du 03 janvier 2003 portant "relance de la négociation collective en matière de licenciement" *JO du 04 janvier 2003*

Précisons par ailleurs que le **régime des avantages en nature et des frais professionnels** en vue du calcul des cotisations de sécurité sociale a été modifié par deux arrêtés du 10 et du 20 décembre 2002.
Ces textes, dont les dispositions ont été précisées par une circulaire du 07 janvier 2003, visent à simplifier un dispositif lourd et complexe en vue de l'adapter aux nouvelles formes de travail.
De plus amples informations vous seront données dans notre prochain numéro. D'ici là, n'hésitez pas à contacter la DICA. ■

- **Arrêtés des 10 et 20 décembre 2002** / JO du 27 décembre 2002
- **Circulaire DSS N° 2003 / 07** du 07 janvier 2003

LA GUERRE AUX RISQUES PROFESSIONNELS

La législation de 1991 obligeait déjà les employeurs à évaluer les risques professionnels mais la catastrophe de l'usine AZF a poussé les pouvoirs publics à renforcer la réglementation en la matière.
En effet et par décret du 05 novembre 2001, il est fait obligation à tout employeur de transcrire dans un document unique les résultats de l'évaluation des risques pour la santé et la sécurité des salariés et de tenir ce document à la disposition des personnes concernées (délégués du personnel, membres du CHSCT, médecin du travail et inspecteur du travail).
Cette obligation s'impose à toutes les entreprises, à compter du **08 novembre 2002** et le défaut de transcription ou de mise à jour est constitutif d'une sanction pénale de 1 500 euros à 3 000 euros en cas de récidive.
Par voie de circulaire, la DICA avait déjà adressé à ses adhérents au mois d'octobre 2002, un premier modèle de déclaration et le 4 mars dernier, les représentants de la Chambre Syndicale ont été reçus, dans les locaux de la Direction du Travail et de l'Emploi de la Gironde.
Au cours de cette réunion, riche d'informations, l'accent a été mis sur une **démarche santé-sécurité obligatoirement préalable à la rédaction du document unique**.

UN BOUCLIER D'IMPUNITE ?

Si l'absence de ce document entraîne nécessairement une sanction pénale, la production de ce support à défaut de mesures et d'actions préalables aurait la même conséquence.
En effet, en cas d'accident et après enquête, les juges pourraient considérer le document fictif et condamner l'employeur pour faute inexcusable.
Ainsi dans une décision du 31 octobre 2002, la Cour de Cassation a eu l'occasion de rappeler que *"la faute inexcusable est reconnue si l'employeur avait conscience du danger auquel était exposé le salarié "*.
Notons que le scandale de l'amiante a amené une série d'arrêts qui introduisent une nouvelle obligation de résultat à la charge de l'employeur en matière de sécurité au travail.
A cet égard, il est important de souligner que les compagnies d'assurance ne garantissent plus depuis 01 janvier 2003, la faute inexcusable, au titre de la responsabilité civile et substituent des contrats spécifiques dits "pertes pécuniaires", destinés à couvrir les rentes payées aux victimes et les surcotisations versées à la Sécurité Sociale.
Pour l'Inspection du Travail, l'esprit du texte doit l'emporter sur la lettre et à l'intar d'une démarche qualité où le zéro défaut est recherché, il faut appliquer au sein de chaque entreprise une démarche sécurité qui tendrait vers le risque zéro.
Ainsi, si le document unique est obligatoire, **il ne peut être utilisé comme "bouclier d'impunité".**
Pensé comme une finalité, le document concrétise la démarche de prévention des risques et matérialise les actions menées dans un seul but : optimiser la sécurité.
La circulaire d'application du 18 avril 2002 ne précise guère le contenu et la forme que doit prendre ce rapport de synthèse.
Aussi, nous vous en traçons ci-après les grandes lignes.

PRIORITE AU PROGRAMME DE PREVENTION

L'inventaire des dangers peut se présenter sur un support papier ou numérique.
L'employeur doit réaliser un inventaire des dangers, en s'aidant des différentes informations contenues dans d'autres documents (notices de postes à risques particuliers, registre des accidents du travail, déclaration à la CPAM, fiche du médecin du travail, etc.).
Les unités de travail dans lesquelles les risques sont évalués, sont définis par l'employeur, par service (atelier, administratif...) par poste (commercial...), par secteur géographique ou degré d'autonomie.
L'évaluation des risques s'établit alors en fonction de la fréquence, de la durée et de la nature de l'exposition aux risques.Ces derniers sont ensuite classés par un système de notation.
Ce classement doit permettre de débattre des priorités et de planifier les actions de prévention.
Ainsi on doit pouvoir observer les modifications des risques ainsi que les mesures générales de prévention et de protection de la santé et de la sécurité des salariés.
C'est pourquoi une mise à jour de ce document doit être effectuée à chaque fois qu'une modification des conditions de travail intervient et en tout état de cause, au moins chaque année.
A la suite de la réunion du 4 mars,

il a été convenu que la DICA élabore un canevas de Document Unique, outil de travail qui sera adressé aux services de l'Inspection du Travail avant sa diffusion à nos adhérents.
Nos adhérents sont invités à transmettre au service juridique de la DICA, les documents qu'ils ont d'ores et déjà mis en place au sein de leur entreprise.
Bien entendu, il en sera fait une exploitation strictement confidentielle.
Compte tenu des indications fournies par la DDTE, il ne peut en effet s'agir d'un simple remplissage mais bien d'un programme d'actions de prévention que chaque employeur est tenu de mettre en place au sein de son entreprise.
C'est pourquoi et dans l'attente de cette base de travail, nous recommandons à tous nos adhérents d'instaurer le plus rapidement possible une méthode d'évaluation des risques.
(désignation d'un groupe de travail ou du salarié chargé d'identifier les risques, réunions mensuelles avec la Direction...) ■

Textes de référence :
- Directive-cadre N°89/391/CEE du 12 juin 1989 / Article L 230-2 du Code du Travail
- Loi N° 91-1414 du 31 décembre 1991
- Décret N° 2001-1016 du 05 novembre 2001
- Circulaire ministérielle du 18 avril 2002
- Article R.263-1-1 / sanction pénale, contravention de 5ème classe

COMMERCIALE

DU NOUVEAU SUR L'AMIANTE !

Un décret paru le 28 décembre dernier au Journal Officiel interdit désormais la vente de véhicules d'occasion "*dont les plaquettes de frein à disque contiennent de l'amiante*".
Ce texte vient préciser un précédent décret qui interdisait, à compter du 1er janvier 2002, la vente des véhicules immatriculés avant le 1er janvier 1997 qui contiendraient de l'amiante.
L'application de cette réglementation avait alors été reportée au 1er janvier 2003 afin de distinguer, par le biais d'une expertise indépendante, les pièces ne présentant pas de risques (joints) de celles qui dégagent des fibres d'amiante dans l'air.
S'appuyant sur les conclusions des experts, il a été décidé d'exclure du dispositif les pièces enrobées (garnitures de frein, joints de culasse...), dans la mesure où elles ne posent aucun problème de santé publique.
Aujourd'hui, l'interdiction posée par l'article 7 du Décret du 24 décembre 1996 est claire et ne concerne que les véhicules dont **les plaquettes de frein contiennent de l'amiante.**
Concrètement et s'agissant désormais des camping-cars, la vente d'un véhicule contenant de l'amiante constitue non seulement une infraction pénale punie d'une amende prévue pour les contraventions de 5ème classe, mais encourt également l'annulation du contrat de vente, à l'initiative de l'acquéreur.
Avant toute transaction, il faudra donc vérifier les plaquettes de frein qui, pour des véhicules de plus de 5 ans, auront peut-être déjà été remplacées par des pièces conformes. Il semblerait qu'une facture de garagiste suffise à attester de l'opération, aucun certificat officiel n'étant envisagé.
Enfin, précisons que les professionnels doivent s'entourer de toutes les précautions indispensables à la sécurité de leurs équipes pour les opérations à risque. "*Une plaquette de frein amiantée doit être manipulée en atmosphère confinée et le réparateur doit porter un masque.*"
Une fiche d'exposition doit être établie par le chef d'établissement précisant la nature et la durée des travaux effectués, les procédures de travail et les équipements de protection. ■

Références : Décret N° 2002- 1528 du 24 décembre 2002 / JO du 28 décembre 2002
Décret N° 96-1133 du 24 décembre 1996

REPÈRES ET CHIFFRES CLÉS

SMIC horaire (1) : **6,83 €** (44,80 F)

SMIC mensuel (1) :
Base 35 heures
151,67 h : **1 035,88 €** (6 794,93 F)
Base 39 heures
169 h : **1 154,27 €** (7 571,51 F)
Plafond mensuel de la Sécurité sociale (2) : **2 432 €**

1) Depuis le 1er juillet 2002
2) Depuis le 1er janvier 2003

EURO : les taux de conversion définitifs de 7 monnaies nationales de l'union monétaire

	1 euro =
France	6,55957 1 Franc
Allemagne	1,95583 mark 1 DM = 3,35 F
Belgique	40,3399 fr belges 100 FBL = 16,26 F
Espagne	166,386 pesetas 100 ESP = 3,94 F
Portugal	200,482 escudos 100 PTE = 3,27 F
Italie	1 936,27 lires 1000 ITL = 3,38 F
Pays-Bas	2,20371 florins 1 NLG = 2,95 F

Source : Banque de France

COTISATIONS SUR SALAIRES BRUTS

Charges sur salaires bruts	Base (1)	Part salariale	Part patronale
CSG non déductible et CRDS	95 % du brut	2,90 %	
CSG déductible	95 % du brut	5,10 %	
Sécurité sociale			
■ Assurance maladie	Brut	0,75 %	12,80 %
■ Assurance vieillesse plafonnée	tranche A	6,55 %	8,20 %
■ Assurance vieillesse déplafonnée	Brut	–	1,60 %
■ Assurance veuvage	Brut	0,10 %	–
■ Allocations familiales	Brut	–	5,40 %
■ Accident du travail	Brut	–	% variable (2)
Cotisation logement (FNAL)			
■ Tous employeurs	tranche A	–	0,10 %
■ Plus de 9 salariés	Brut	–	0,40 %
Assurance chômage	tranche A+B	**2,40 %**	**4,00 %**
A.G.F.F.	tranche A	0,80 %	1,20 %
	tranche B	0,90 %	1,30 %
Fonds de garantie des salaires (AGS)	tranche A+B	–	**0,35 %**
APEC	tranche B	0,024 %	0,036 %
+ forfait annuel (dû au 31 mars)		**7,00 €**	**10,51 €**
Retraites complémentaires			
■ Non Cadres (ARRCO) minimum	tranche 1	3,00 %	4,50 %
	tranche 2	6,00 %	9,00 %
■ Cadres	tranche A	3,00 %	4,50 %
■ Cadres (AGIRC) minimum	tranche B	7,50 %	12,50 %
■ Cadres supérieurs	tranche C	7,50 %	12,50 %
CET	tranche A+B+C	0,13 %	0,22 %
Prévoyance AG2R			
■ Non Cadres	Brut	**0,245 %**	**0,245 %**
■ Cadres	tranche A	–	1,50 %

1) Tranche A : dans la limite du plafond mensuel de la Sécurité sociale - **Tranche B :** de 1 à 4 fois le plafond de la Sécurité sociale - **Tranche C :** de 4 à 8 fois le plafond de la Sécurité sociale. **Tranche 2 :** de 1 à 3 fois le plafond de la Sécurité sociale. Pour les entreprises "nouvelles" au 01/01/97 part salariale 8 % et part patronale 12 %. **2)** Selon le code NAF de l'entreprise.